

数字化赋能：小吃大产业

2021中国小吃数字化推广度指数报告



— 阿里巴巴本地生活 —



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

01 小吃数字化推广指数

——SDGI 榜单

02 国民小吃成长记

——小吃产业发展经验

03 小吃 大产业

——数字化如何助力小吃做成大产业

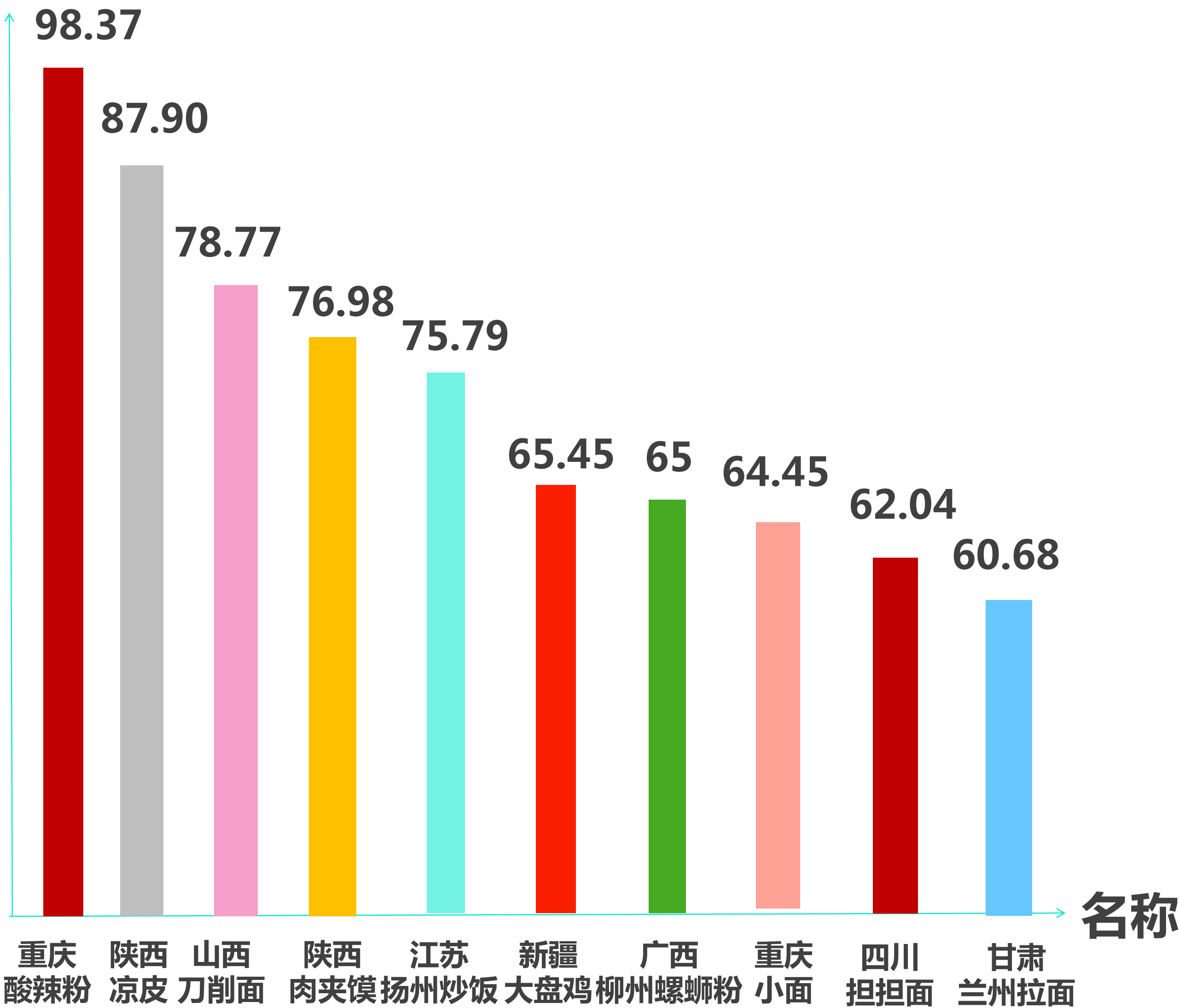
01 小吃数字化推广度指数

——SDGI (Snacks' Digital Generalization Index) 榜单

该指数反映小吃单品在除本省外的全国其他省（市）的推广程度，即“出圈”程度，主要考察销售该小吃单品的外埠商户数及外埠商户数占全国商户总数的比重两个指标。

十大国民小吃

数字化推广度指数



小吃数字化推广度指数（SDGI榜单）

2021小吃数字化推广度指数排行榜

全国排名	省份	品类	数字化推广度指数
1	重庆	酸辣粉	98.4
2	陕西	凉皮	87.9
3	山西	刀削面	78.8
4	陕西	肉夹馍	77.0
5	江苏	扬州炒饭	75.8
6	新疆	新疆大盘鸡	65.5
7	广西	柳州螺蛳粉	65.0
8	重庆	重庆小面	64.5
9	四川	担担面	62.0
10	甘肃	兰州拉面	60.7
11	广西	桂林米粉	60.6
12	新疆	手抓饭	60.5
13	黑龙江	哈尔滨红肠	60.0
14	重庆	鸡丝凉面	59.9
15	新疆	拉条子	59.6
16	北京	爆肚	59.6
17	重庆	灯影牛肉	59.4
18	海南	海南鸡饭	59.1
19	天津	煎饼果子	59.1
20	上海	葱油拌面	59.0

来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月

2021小吃数字化推广度指数排行榜

全国排名	省份	品类	数字化推广度指数
21	湖北	鸭脖子	59.0
22	浙江	猫耳朵	59.0
23	广东	双皮奶	58.9
24	贵州	贵阳丝娃娃	58.7
25	云南	鲜花饼	58.4
26	陕西	羊肉泡馍	58.3
27	北京	老北京炸酱面	57.8
28	湖南	长沙臭豆腐	57.6
29	山西	石头饼	57.2
30	贵州	花溪牛肉粉	57.1
31	内蒙古	风干牛肉干	56.7
32	黑龙江	烤冷面	56.3
33	吉林	延吉冷面	55.9
34	吉林	熏肉大饼	55.9
35	四川	龙抄手	55.3
36	山东	山东煎饼	55.1
37	新疆	搓鱼子	54.3
38	四川	川北凉粉	53.8
39	青海	高原青稞饼	53.6
40	北京	豆汁	53.5

来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月

小吃数字化推广度指数（SDGI榜单）

2021小吃数字化推广度指数排行榜

全国排名	省份	品类	数字化推广度指数
41	江苏	徐州糝汤	53.5
42	云南	过桥米线	53.3
43	黑龙江	大列巴	53.2
44	四川	宜宾燃面	52.9
45	贵州	贵阳米豆腐	52.3
46	陕西	岐山臊子面	52.1
47	内蒙古	奶豆腐	51.8
48	内蒙古	手把肉/手扒肉	51.8
49	天津	狗不理包子	51.6
50	广西	梧州冰泉豆浆	50.8
51	北京	卤煮火烧	50.0
52	海南	海南清补凉	49.9
53	甘肃	酿皮	49.2
54	陕西	葫芦头	49.1
55	上海	青团	48.8
56	河南	郑州烩面	48.7
57	江西	南昌瓦罐汤	48.5
58	江西	南昌炒米粉	48.2
59	浙江	绍兴臭豆腐	48.1
60	山东	德州扒鸡	47.6

来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月

2021小吃数字化推广度指数排行榜

全国排名	省份	品类	数字化推广度指数
61	上海	八宝饭	47.6
62	河南	胡辣汤	46.8
63	上海	白斩鸡	46.8
64	湖北	热干面	46.7
65	福建	福州肉燕	46.4
66	安徽	鸭油烧饼	46.4
67	上海	蟹壳黄	46.2
68	新疆	烤包子	46.0
69	广东	鲜虾饺	45.8
70	河北	驴肉火烧	45.5
71	黑龙江	锅烙	45.3
72	浙江	嘉兴粽子	45.3
73	北京	驴打滚	44.8
74	广东	叉烧包	43.8
75	陕西	岐山擀面皮	43.2
76	安徽	淮南牛肉汤	43.0
77	江苏	鸭血粉丝汤	42.7
78	河南	道口烧鸡	42.2
79	湖南	常德米粉	42.2
80	新疆	馕	42.0

来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月

小吃数字化推广度指数（SDGI榜单）

— 阿里巴巴本地生活 —



2021小吃数字化推广度指数排行榜

全国排名	省份	品类	数字化推广度指数
81	四川	钟水饺	41.7
82	湖南	糖油粑粑	41.6
83	辽宁	沟帮子熏鸡	41.2
84	北京	炒肝	40.7
85	云南	摩登粑粑	39.6
86	安徽	符离集烧鸡	38.8
87	湖南	长沙米粉	38.6
88	安徽	虾籽面	38.3
89	江苏	黄桥烧饼	37.1
90	江苏	蟹黄汤包	35.2
91	浙江	宁波汤圆	33.0
92	湖北	襄阳牛肉面	32.6
93	安徽	毛豆腐	31.9
94	内蒙古	奶皮子	31.8
95	贵州	遵义豆花面	31.6
96	广东	酥皮包	31.2
97	四川	赖汤圆	30.8
98	安徽	无为板鸭	29.3
99	湖北	面窝	29.0
100	山东	青岛海凉粉	28.8

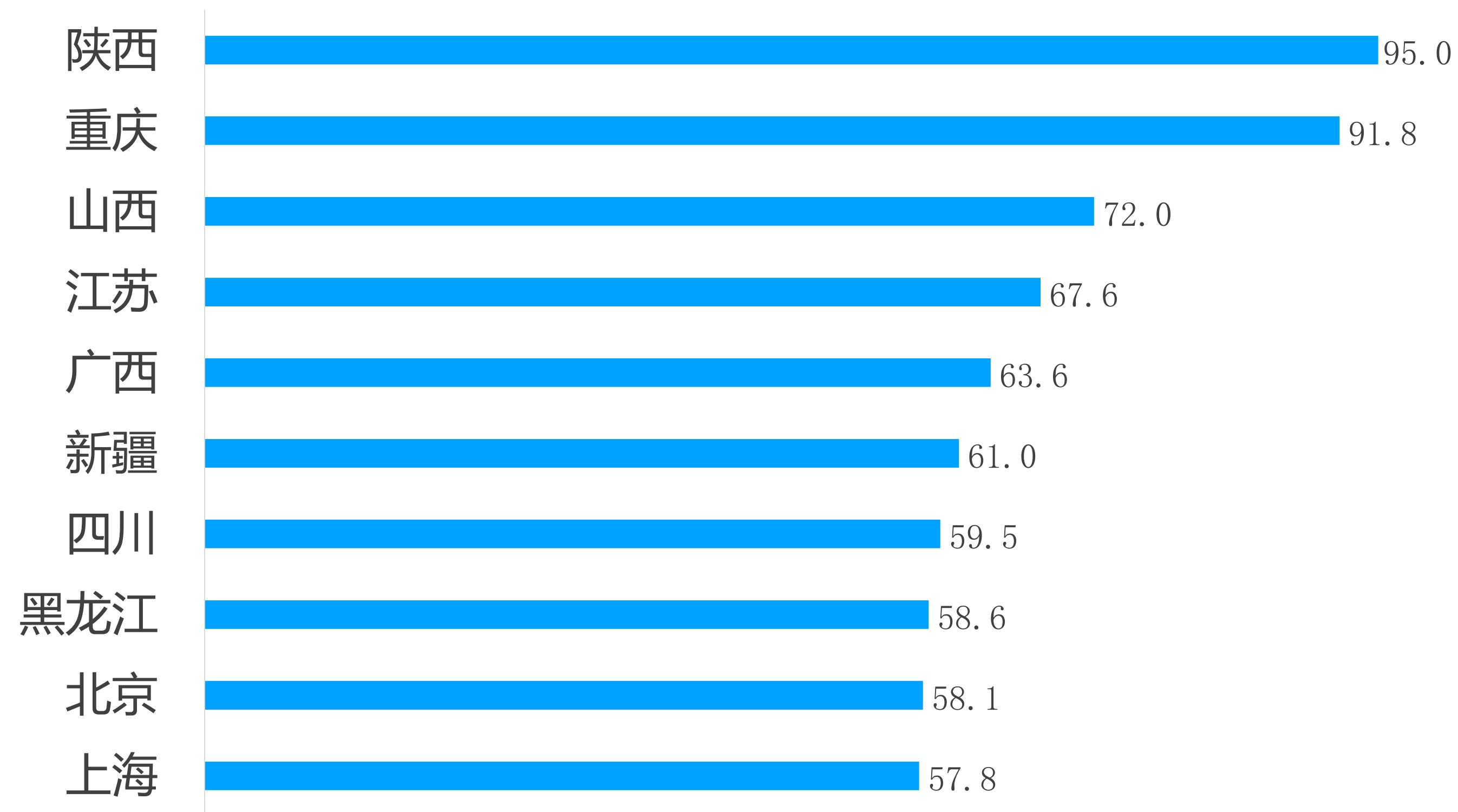
来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月



小吃 “走出去” Top10省份

将各类小吃的数字化推广度指数按所属省份综合排名，陕西省、重庆市、山西省、江苏省、广西壮族自治区、新疆维吾尔自治区、四川省、黑龙江省、北京市、上海市成为小吃 “走出去” Top10省份。

小吃 “走出去” Top10省份



数据来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月
计算方法：将各类小吃的数字化推广度指数按所属省份综合排名

“走出去” 跨度最大的小吃

新疆大盘鸡——扎根江浙沪

饿了么平台在江浙沪地区有超过4万家主营“新疆大盘鸡”的商户，2020年单品订单累计超过**3200**万份。



黑龙江烤冷面——随迁海南

饿了么平台在海南有近300家经营烤冷面的商户，2020年单品订单累计近**22**万份。



九大类解读小吃味

小吃 “九大类”



“面”类得分最高，以面类为主营品类的商户占比超过**35%**

“粉”类紧随其后，类别和商户数量小于“面”类，但外埠商户占比最高，达到**90%**

排名前四位的都是“主食”小吃，碳水即快乐——“真香”

馅类和汤粥相对小众，可能与不方便配送、现制风味更佳的品类特征有密切关系

综合来看，粉面类是小吃中的绝对王者

类别	SDGI得分	类别个数占比	商户数量占比	外化度平均值
面	92.4	22.5%	35.7%	87.3
粉	76.1	14.2%	20.1%	89.9
饼	63.7	14.8%	12.0%	86.6
饭	60.6	2.4%	8.4%	88.1
肉	58.6	12.4%	8.4%	85.3
甜品	51.6	13.6%	7.7%	76.6
豆制品	47.0	5.3%	1.6%	79.4
馅类	41.7	9.5%	3.6%	67.9
汤粥	40.7	5.3%	2.6%	67.8

表：九大类小吃各项得分

最佳吃面嗦粉姿势：热辣汤粉面

一地一品：各省小吃名片



新疆：大盘鸡



甘肃：兰州拉面



山西：刀削面



青海：高原青稞饼



西藏：酥油茶



宁夏：羊肉臊子面



陕西：凉皮



重庆：酸辣粉



四川：担担面



云南：鲜花饼



贵州：花溪牛肉粉



广西：柳州螺狮粉



海南：海南鸡饭

内蒙古：牛肉干

黑龙江：哈尔滨红肠



吉林：延吉冷面

辽宁：沟帮子熏鸡



河北：驴肉火烧

北京：爆肚

天津：煎饼果子



山东：煎饼

河南：烩面

安徽：鸭油烧饼

江苏：扬州炒饭

上海：葱油拌面



浙江：猫耳朵

湖北：鸭脖

湖南：长沙臭豆腐



福建：福州肉燕

台湾：卤肉饭

江西：南昌瓦罐汤

广东：双皮奶

香港：菠萝包

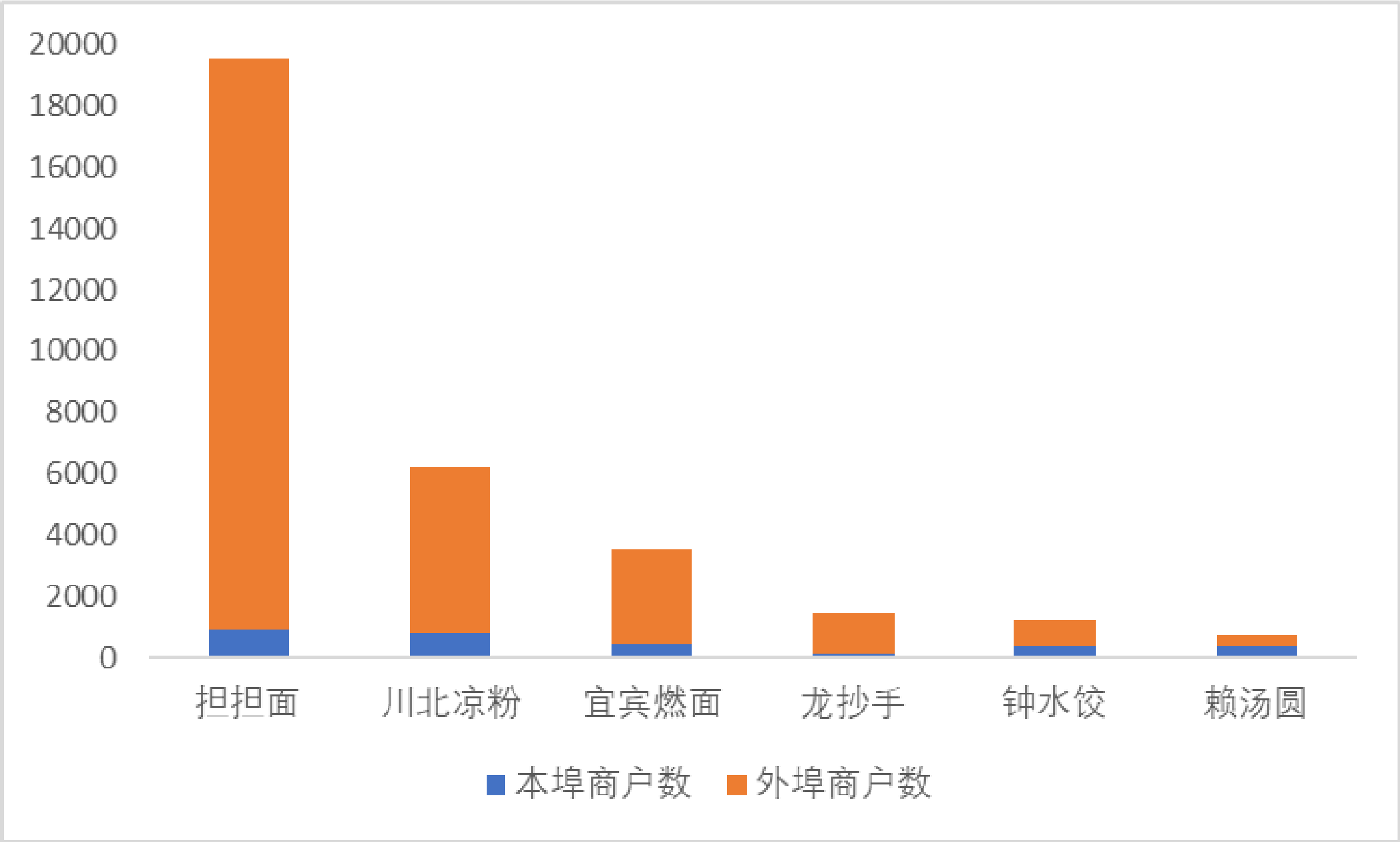
澳门：葡式蛋挞



四川最出圈的小吃是什么？

担担面是四川小吃中最出圈的一个，其次是川北凉粉、宜宾燃面、龙抄手、钟水饺和赖汤圆

最出圈的四川小吃



数据来源：阿里本地生活新服务研究中心，2021年4月

METHOD INDEX

测算方法与指标解释

- 根据中国烹饪协会等发布的各类地方小吃名录和榜单，结合饿了么平台商户主营品类情况，筛选出共170种现制小吃（不含预包装食品）。
- 饿了么平台提取以这些品类为主营品类的“全国商户数（指标A）”和“外埠商户数（指标B）”。例如广西柳州螺蛳粉，指标A对应于饿了么平台上以柳州螺蛳粉为主营品类的全部商户总数，指标B对应于除广西省内商户以外的其他各省商户数合计。

- 根据上述两个基础指标，计算出两个指数指标：
 - 1、外化度（指标C），即外埠商户数占全国商户总数的比重，得分范围在0-100之间，用来表征该品类在省外和省内推广程度的对比关系；

$$c_i = b_i / a_i \times 100$$

- 2、外埠商户数的规模标准化（指标D），即外埠商户数的绝对规模，得分范围在0-100之间，用来纠正某些品类因商户总体数较少造成的C指标得分过高或者过低的偏差。

$$d_i = \frac{b_i - \min\{b_j\}}{\max\{b_j\} - \min\{b_j\}} \times 100$$

对指标C和D赋予一定的权重进行加总，得到最终的“小吃数字化推广度指数”（SDGI, snacks digital generalization index），得分范围在0-100之间，指数能够反映各小吃品类在全国范围内的线上经营意愿和受消费者欢迎程度，能够从品类和地域两个维度观察小吃产品“走出去”的现状。

$$SDGI = c_i \times 0.6 + d_i \times 0.4$$

02 国民小吃成长记

——小吃产业发展经验

政府扶持

抱团赢天下

产业链打造

数字化助力

发展小吃产业的意义和价值

小吃是大产业，亦是大民生。习近平总书记始终牵挂着发展特色产业这篇大文章。



- 2021年3月23日，习近平总书记走访沙县，勉励沙县小吃“现在的城市化、乡村振兴都需要你们，这就叫做应运而生，相向而行，我希望你们再接再厉，继续引领风骚！”。



- 2021年4月26日，习近平总书记在广西柳州考察，来到柳州螺蛳粉生产集聚区，视察特色产业 development 情况。

发展小吃产业的意义和价值

“十四五”规划纲要多次提到“特色产业”：

- 因地制宜发展特色产业
- 推动特色产业可持续发展
- 实施脱贫地区特色种养业提升行动
- 发展各具特色的现代乡村富民产业
- 建设优势农产品产业带和特色农产品优势区……



沙县小吃：500亿元大产业

上世纪80年代末至90年代初，沙县人开始大规模外出经营小吃，去往全国各地开拓“小吃疆土”。如今，全国门店超8.8万家，62个国家都有它的门店，年营业额达500多亿元。

8.8_万

全国门店超8.8万家

- 全国门店超8.8万家，全县外出经营小吃6万多人，辐射带动就业30万人以上。农村居民人均可支配收入由1997年的2805元增长到2020年的21855元。

29_市

29个城市驻外联络组织

- 在全国有29个城市设立了沙县小吃驻外联络组织。上传下达、证件获取、纠纷调解、业务投诉都由联络处帮忙解决，还要做好所在城市的商标保护。沙县政府每年给所有联络处共约60万元拨款。
- 设立小吃办、沙县小吃同业公会、以及沙县小吃发展服务中心。
- 为“沙县小吃同业公会”设计申请了统一的集体商标。

500_亿

年营业额达500多亿元

- 为做大做强小吃品牌，沙县县委、县政府通过引导小吃规范化发展、推广加盟连锁模式、建立小吃产业园、注册成立沙县小吃集团和各地子公司等方式，推动小吃产业转型升级。
- 目前，已成立23家连锁子公司，发展连锁标准店3000多家。

外卖渠道贡献了沙县小吃年营业额的近10%

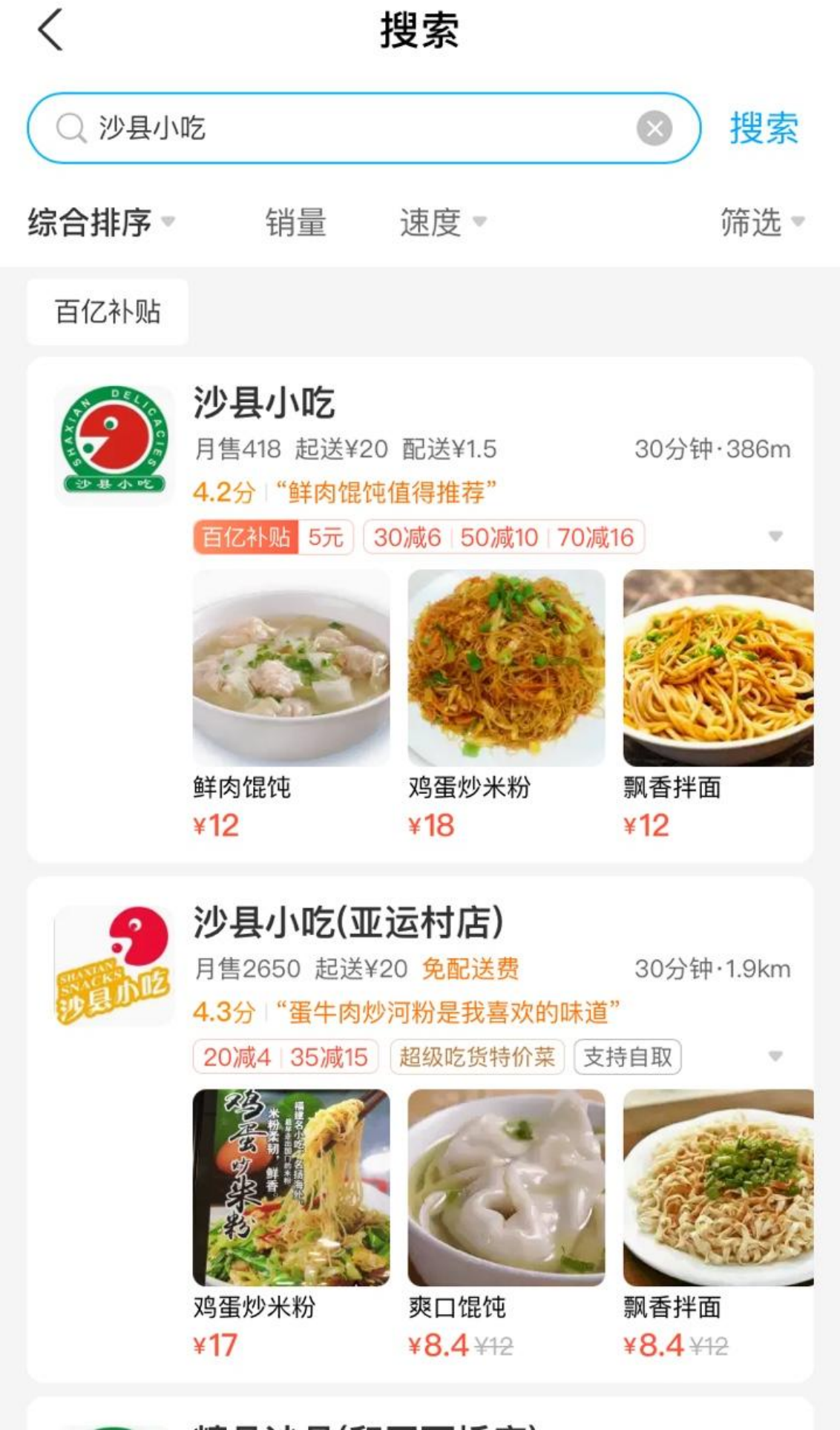
据阿里新服务研究中心估算，采用“堂食 + 外卖”模式的门店已经超过50%，外卖渠道贡献了沙县小吃年营业额的10%。

50%
“堂食 + 外卖”模式的
门店占比

- 沙县小吃全国门店超8.8万家，据阿里新服务研究中心估算，采用“堂食 + 外卖”模式的门店已经超过50%。

10%
外卖渠道贡献

- 沙县小吃全国门店年营业额达500多亿元。据阿里新服务研究中心估算，外卖渠道贡献了沙县小吃年营业额的10%。



广西柳州螺蛳粉：从“现煮堂食”到“袋装速食”

与重庆小面、四川担担面相比，广西柳州螺蛳粉并没有浓厚的历史底蕴，它诞生于上世纪七八十年代的柳州夜市街头。2014年10月，柳州出现了第一家注册预包装螺蛳粉企业，短短数年，预包装螺蛳粉产值在2020年达到110亿元。推动螺蛳粉从“现煮堂食”到“袋装速食”的供给侧结构性改革，为螺蛳粉打下了“走红”的基础。

110_{亿元}

“双百亿”的全产业链规模

- 2020年柳州螺蛳粉销售收入达110亿元。
- 配套及衍生产品销售收入超130亿元。

11_{亿袋/年}

2020年在网上卖出11亿袋

- 预包装螺蛳粉的发力平台在互联网。
- 2020年袋装柳州螺蛳粉仅在网上就卖出了11亿袋。
- 李子柒、良品铺子、三只松鼠等也推出各自的螺蛳粉产品。

80_家

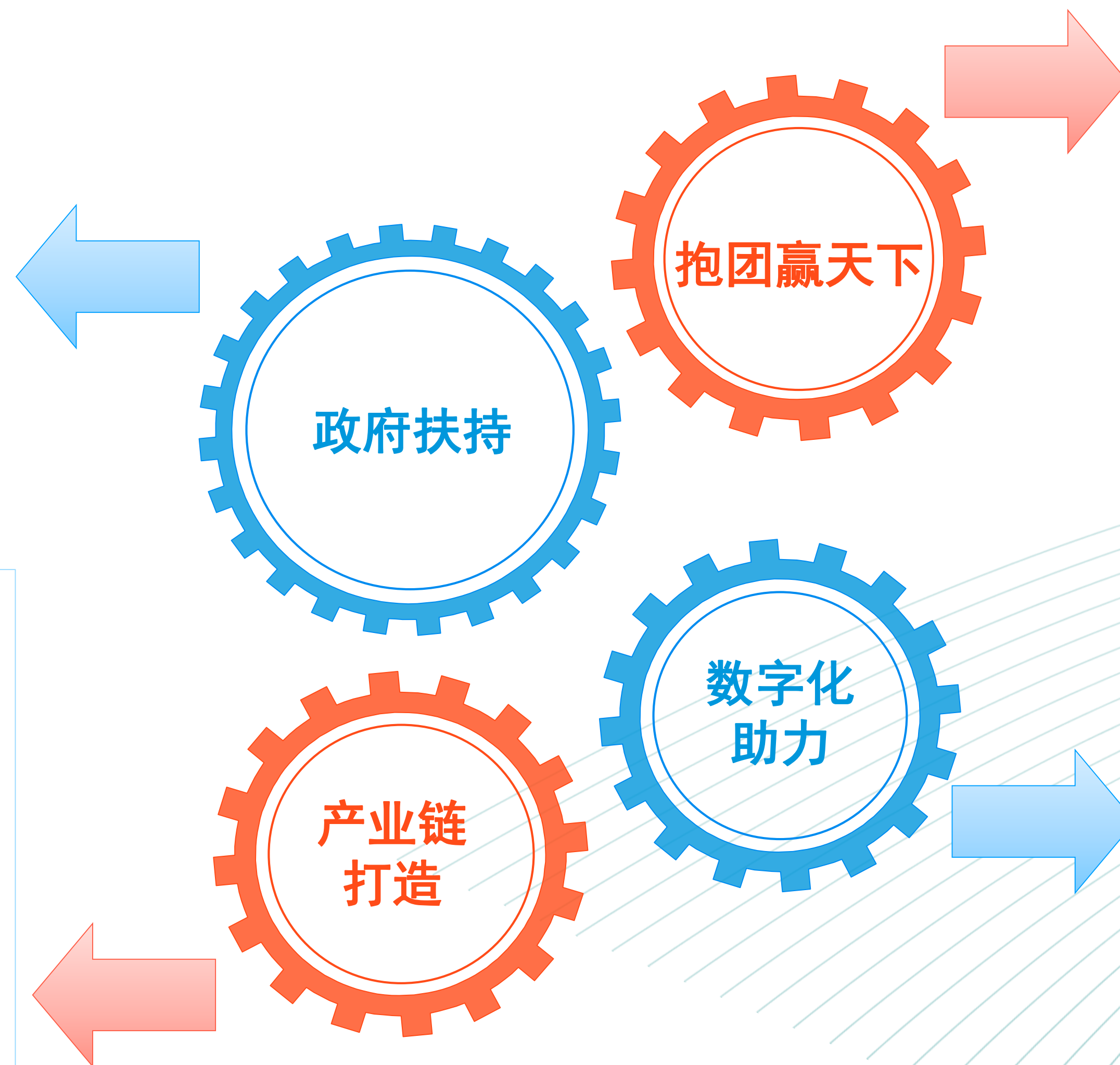
预包装生产企业80家

- 预包装柳州螺蛳粉生产企业80家，规模以上企业10家。
- 2020年5月，柳州市为柳州螺蛳粉企业设置了“提产拓市”补贴，比如零售企业2020年全年累计销售额超过1亿元，政府奖励120万元。

小吃产业发展的成功经验

- 当地政府重视餐饮作为地区文化和产业推广名片的作用和价值，为打造广泛传播的餐饮小吃品类和品牌投入充足的政策资源。
- 做好顶层设计，牵头组织维护地理标志、集体商标等知识产权。
- 投入人力编制和资金补贴，培育孵化优质企业，在人才培养、场地设备等方面给予初创支持。

- 产业成链是地方小吃产业走向成熟的重要标志，也是小吃产业行稳致远的关键基础。产业链的价值在于：
- 一是通过中央厨房的供应模式，显著提升本地小吃品类在全国的标准化，大幅提升品牌形象、提高品牌认知。
- 二是能够最大程度的反哺本地产业，特别是对于经济欠发达地区，能够为种植养殖产业提供稳定的需求渠道，对本地就业和增收起到重要作用。
- 三是当产业链前端发展足够强大时，可以为非本地的同类型产业提供供给，扩大产业覆盖面。



- 充分发挥政府主导、协会搭台、企业联动的协同效应，通过在各地建立本地商会、特定品类的细分协会等方式，凝聚本地品牌和输出劳动力在异地的资源和力量，在商业信息互通、市场准入规则等方面形成合力。

- 近年来发展尤为迅猛的本地小吃品牌，无一不是借助了数字化赋能的力量。青海化隆拉面产业建立的“中国拉面网”、福建沙县小吃的“产业数字化平台”都是数字化升级实践的先进代表。
- 数字化能够从流量引入、场景链接、数字标准化等方面为小吃这样的传统行业插上互联网的翅膀。

03 小吃 大产业

——数字化如何助力小吃做成大产业？

在线化

优势产品零售化

数智化

多渠道一体化

数字化如何助力小吃做大产业？



在线化：加速建设外卖渠道，增强自身抗风险能力

- 疫情后，消费者使用外卖平台意愿增加，超过45%商户选择进一步提升数字化水平。
- 堂食 + 外卖的模式和纯外卖模式在疫情期间得以快速扩张，比例分别达到了43%和8%左右。

数智化：全链路降本增效

- 无接触式，点单收银
- 明厨亮灶，食安全保障
- 云端管理，运筹帷幄

优势产品零售化：走进超市、上线电商平台

- 餐饮企业“优势”商品开始零售化，如海底捞的“自嗨锅”、奈雪的茶和喜茶的欧包、必胜客的速食意面，以及柳州螺狮粉等等。
- 餐饮行业加速和零售的融合，走进超市售卖半成品。盒马工坊1300多款商品中，40%是与全国各地餐饮、食品企业共创，经典案例就是护国寺豆汁。

多渠道一体化：全域营销全面崛起

- 门店经营上功能模块化，门店转向小而精的轻量级店面，将餐厅堂食、外带、互联网外卖、综超零售不同渠道产品线分类和场景打穿。
- 未来是堂食、外带、外卖、电商的融合，易买易食更加方便。

谢谢大家

